

Die FairJobCompany¹

FJC ist eine Projektidee für ein neues Arbeitsvermittlungsmodell durch Public Private Partnership. Kann an der FH der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim ein Franchisemodell für die öffentliche Arbeitsvermittlung der Zukunft modelliert werden?²

Summary

Die Arbeitsvermittlung der Zukunft muss neue Wege gehen und durch sich gegenseitig verstärkende PublicPrivatePartnership-Modelle den Arbeitsmarktausgleich schneller und passgenauer realisieren. Bereits durch eine Beschleunigung des Stellenbesetzungsprozesses um wenige Tage bei einer gleichzeitigen qualitativen Verbesserung der Ausgleichsprozesse um wenige Prozentpunkte könnte die Arbeitslosigkeit um 200.000 verringert werden. Dies bedeutet Einsparungen an fiskalischen Kosten der Arbeitslosigkeit von etwa 3 Mrd. Euro. Zu den neuartigen Personalvermittlungskonzepten gehören:

- Das Talentmarketing und die Stärkung der Selbstvermarktungsfähigkeit zur aussichtsreicheren Selbstpräsentation der Arbeitsuchenden am Arbeitsmarkt.
- Der Einsatz moderner Job-Search-Strategien, insbesondere der internetbasierten Matching-Technologie, die ständig für Arbeitsuchende auf der Basis aussagekräftiger Bewerberprofile nach geeigneten Jobs sucht.
- Die verstärkten Anreize für Eigeninitiative für Arbeitsuchende und die Aktivierung ihrer persönlichen Netzwerke von Freunden und Bekannten durch ein „Prämienjobmodell“.
- Ein anreizkompatibles Entlohnungsmodell für die Jobakquisiteure und Jobmanager in den FairJobCompanys der Vermittlungsagenturen der Zukunft. Absolventen der FH stünden hierfür bereit.
- Die FH der Bundesanstalt kann mit ihren professionellen Beratungs- und Vermittlungskonzepten und ihren Personalressourcen eine Vorreiterrolle bei der Reform der Arbeitsvermittlung spielen und damit ihre Zukunftschancen am Hochschulmarkt deutlich verbessern.

Die Idee

Die Fair³JobCompany ist eine gemeinnützige Stellenfindungs-, Stellenbegleitungs- und Stellenbesetzungs-Agentur und sorgt für eine hochwirksame Arbeitsvermittlung⁴. Sie wirkt darauf hin, dass Arbeitsuchende und geeignete Stellen schnell und

passgenau zusammengeführt werden. Dabei arbeitet sie intensiv mit den Systempartnern Arbeitsamt, Kommunen, Arbeitgeber, Zeitarbeitsfirmen, private Arbeitsvermittlung und Weiterbildungsinstitute zusammen. Dadurch können sich die Mitarbeiter auf die Kernaufgabe der Vermittlung konzentrieren. Durch eine wirkungsvolle Vernetzung bestehender Akteure soll ein höherer Erfolg bei der beruflichen Integration von Arbeitsuchenden erzielt werden. Die FairJobCompany hilft Arbeitsuchenden, die für ihre Integration auf dem Ersten Arbeitsmarkt professionelle Hilfe benötigen. Hierzu zählen insbesondere auch Ältere, Langzeitarbeitslose, behinderte Menschen und Teilnehmer beruflicher Qualifizierungs- und Trainingsprogrammen.

Die durch die FairJobCompany angebotenen Service-, Beratungs-, Hilfe- und Coachingleistungen beziehen sich sowohl auf zeitliche Friktionen bei der Stellenbesetzung bzw. Arbeitsplatzfindung (kurzfristige Feuerwehrfunktion für Arbeitgeber und Arbeitsuchende) als auch auf strukturelle Maßnahmen zur Beseitigung vermittlungshemmender Stellenanforderungs- und Bewerbereignungs- Profildiscrepanzen (kurz- und mittelfristige Stukturausgleichsfunktion), die sachliche, persönliche oder verhaltensbezogene Ursachen haben können. Die FairJobCompany sollte sich nach 2 Jahren selbst tragen können.

Aufgaben

Die Fair-Job-Company unterstützt mit ihren Stellenakquisiteuren und Jobmanagern Unternehmen bei der Umsetzung einer beschäftigungsfördernden Personalpolitik und Arbeitsuchende bei ihrer beruflichen Veränderung sowie der Integration auf dem Ersten Arbeitsmarkt. Mit dem persönlichen Engagement der Jobmanager, das durch ein anreizkompatibles Entlohnungssystem mit variablen, vom Vermittlungserfolg abhängenden Entlohnungskomponenten auch dauerhaft sichergestellt wird, durch die Fokussierung der Fair Job Company auf die Kernaufgabe, nämlich die Vermittlung und die Beseitigung des Engpassfaktors „zu niedriger Einschaltungsgrad“, durch die aktive Akquisition neuer Stellen und sich am Modell beteiligender Unternehmen, durch das proaktive Ansprechen von Unternehmen, die sich in Restrukturierungsprozessen mit vermutlichem Personalabbau befinden (Outplacementberatung), durch den Einsatz neuer Jobsuch- und Vermittlungskonzepte sowie modernster, internetbasierter Matching-Technologie soll die Stellenbesetzung und Beendigung der Arbeitssuche/Arbeitslosigkeit frühzeitiger, schneller und passgenauer erfolgen. Zur permanenten Steuerung und Kontrolle des Akquisitions- und Vermittlungserfolges sowie der anfallenden Kosten wird ein modernes Management- und Vermittlungs-Informationssystem etabliert, das pro gemeldeter Stelle und pro Bewerber neben der Historie den aktuellen Sach- und Vermittlungsstand zeigt.

Die FairJobCompany hilft Unternehmen, Mitarbeiter zu finden und betreut oder qualifiziert sie vor und/oder während der Probezeit. Im Vorfeld der Einstellung ermitteln die Stellenbegleiter von Fair-Job, wie auf konkrete Weise herausgefunden werden kann, worin die Kenntnisse, Fertigkeiten und übertragbaren Fähigkeiten der arbeitsuchenden Personen liegen („Persönliches Bewerberprofil“)

¹ Quelle: Schriftliche Stellungnahme zur öffentlichen Anhörung am 12.03.2002 im Bundestagsausschuss für Arbeit und Sozialordnung, Ausschussdrucksache 14/2182 vom 11.03.2002.

² Grundlegendokument für ein noch zu erstellendes bundesweites Franchise-Modell mit einem entsprechenden Business-Plan

³ F = Förderung, A = Arbeitsaufnahme, I = integriert, d.h. in Kooperation mit privaten Systempartnern, R = regulär, d.h. auf dem Ersten Arbeitsmarkt.

⁴ Die Idee ist am 28.02.2002 bei der 6. Initiativkreissitzung der Initiative für Beschäftigung! im **Rhein-Neckar-Dreieck** in die förderungswürdigen Handlungsfelder des Netzwerkes aufgenommen worden.

und welche Tätigkeiten zu einer vorhandenen Beschränkung passen. Sie versuchen zudem, den Ratsuchenden bei der Lösung individueller Problemfelder (Verschuldung, Alkoholismus etc.), die eine erfolgreiche Integration in das Arbeitsleben erschweren, zu helfen. Ein aussagefähiges persönliches Bewerberprofil ist Voraussetzung für eine zielgenaue Stellensuche. Daher wird mit den Bewerbern an aussagekräftigen Antworten auf folgende drei Fragen gearbeitet: „Wer sind Sie“? (Charakterzüge, Fähigkeiten/Talente, Umgang mit anderen Menschen), „Was können Sie gut“? (Kenntnisse, Fertigkeiten, (Zusatz-)Qualifikationen) und „Was möchten Sie in Zukunft tun“? (Wunschtaetigkeit).

Mit der FairJobCompany sollen zudem die Umsetzbarkeit neuer effektiver Job-Such- und Selbstmarketingstrategien erprobt und zur Marktreife weiter entwickelt werden mit dem Ziel, Innovationen im System Arbeit schneller voranzubringen. Dies schließt das Coaching bei der Erstellung entsprechender Bewerbungsunterlagen, der Wahrnehmung von Vorstellungsterminen und der Assimilierung in der Probezeit explizit ein.

Konzeptionelle Überlegungen

Die FairJobCompany unternimmt integrationsfördernde Aktivitäten mit maximal 150 Arbeitsuchenden pro Jobmanager (in der Anfangsphase: 75). Das Personal (Kernteam in der Startphase: 15) sowie die erforderlichen Sachkosten werden von der Bundesanstalt für Arbeit, den beteiligten Kommunen sowie über die sich am Programm beteiligenden Unternehmen (auf freiwilliger Basis) finanziert. Für die Startphase könnte die Initiative für Beschäftigung die Investitions- und Entwicklungskosten für die Einführung modernster Internettechnologie übernehmen.

Je nach Bedarf stellen die Jobmanager, denen nicht nur der Förderkatalog der Arbeitsämter bekannt ist, Anträge auf die anwendbaren Subventionen und unterstützen dadurch erforderlichenfalls Arbeitsuchende und Arbeitgeber bei der beruflichen Eingliederung sowie der Stellenbesetzung. Sie werden bei ihrer Aufgabenerfüllung durch Dozenten und Studenten der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit in Mannheim und Schwerin unterstützt und (einzeln)projektbezogen begleitet.

Zur schnelleren und zielgenaueren Stellenbesetzung setzt die FairJobCompany eine systematische Job-Such- und Matching-Technologie ein. Unternehmen, die mit der FairJobCompany zusammenarbeiten, erlauben ihr, ihre offenen Stellen über die Anwendung einer internetbasierten „Jobspider-Technologie“ in ein Matchingsystem zu überführen, das kompatibel mit dem System des Arbeitsamtes ist (SIS, AIS). Dies erspart den Arbeitsämtern Zeit, die für die Verschlüsselung von offenen Stellen erforderlich ist, so dass sie selbst erheblich mehr Zeit für ihre Kernaufgaben der Beratung und Vermittlung haben. Die FairJobCompany unterstützt daher die Arbeitsämter bei der Erfüllung ihrer wichtigsten Aufgabe: Arbeitsuchende und offene Stellen zusammenzuführen, zusammenzuhalten und damit dauerhaft neue Beschäftigungsverhältnisse zu begründen. Mit dem höheren Einschaltungsgrad bei den offenen Stellen ergeben sich zwangsläufig auch mehr Vermittlungschancen. Diese werden durch

den Einsatz der Matching-Technologie noch gestärkt, da jeder Zeit ein Abgleich zwischen Bewerber- und Stellenprofil erfolgen kann. Die Matching-Technologie basiert auf folgendem Prinzip:

- *Passgenauigkeit:* Es erfolgt ein permanenter Abgleich vollständiger, standardisierter Eignungs- und Neigungsprofile Arbeitsuchender mit den Anforderungsprofilen von Stellenanbietern sowie Definition substituierbarer Minimalprofile.
- *Schnelligkeit:* Der Abgleich erfolgt tagesaktuell. Die Jobmanager haben damit eine optimale Vorauswahl von Bewerbern für die Besetzung offener Stellen.
- *Eigenverantwortung:* Bewerber und Stellenanbieter sind für die Profile selbst verantwortlich, d.h. Eigeninitiative wird beim ersten Schritt schon gefördert und gefordert. Zur Qualitätssicherung gibt es Unterstützung durch die Jobmanager bei der Erstellung „objektiver“ Bewerbungsunterlagen.
- *Erweiterung der Suchwege:* Der Arbeitsmarktgleichgewicht wird durch Netzwerke unterstützt. Dadurch können Bewerber- und Stellenangebote netzwerkweit verbreitet werden. Dies schafft eine unmittelbare bundesweite Transparenz des Arbeitsmarktes, was ein Novum darstellt und darüber hinaus ein Pilotprojekt für eine europäische Vernetzung sein könnte. Arbeitsuchende und offene Stellen werden also nicht nur im eigenen Netz gefunden. Durch systematische Einbeziehung von „Job-Empfehlungen“ von Freunden und Bekannten auf der Basis von prämierten Tipps können Anreize insbesondere für behinderte Menschen und ihren Bekanntenkreis entstehen, sich aktiv um Einstellungserfolge zu bemühen.

Anwendung innovativer Job-Search- und Vermittlungsstrategien

- *Arbeitsuchvertrag* nach dem Modell der britischen Jobcentres mit verpflichtenden Vereinbarungen für beide Seiten.
- *Profil- und Berufslebensberatung* auf der Grundlage einer ganzheitlichen SWOT-Analyse.
- *Talentmarketing* für Zielgruppen, insbesondere behinderte Menschen (vgl.: Projekt [T@lentmarketing](#) der Initiative für Beschäftigung mit dem Berufsbildungswerk Neckargemünd) sowie Hilfen zum Selbstmarketing⁵.
- *Networking mit Unternehmen* durch Jobmanager mit dem Ziel, eine bestimmte Zahl von Vorstellungsgesprächen für die Zielgruppen am Arbeitsmarkt zu garantieren („Unternehmen öffnen“).
- *Systematische Nutzung des Rekrutierungsweges „Persönliche Beziehungen“*, auch auf der Basis objektiverer Bewerberprofile in einer

⁵ Siehe hierzu: „Mit Selbstvermarktungs-Strategie zum Job“, in: Rhein-Neckar-Zeitung vom 2.2.2002 sowie „Tipp: Agieren statt reagieren“, in: Die Rheinpfalz vom 12.02.2002.

entsprechenden Bewerberdatenbank für die Unternehmen der Region.

- *Vorschlagsgarantie* für Stellen- und Bewerberangebote innerhalb von fünf Arbeitstagen.
- *Einrichtung einer Service- und Beschwerde-Hotline* für Unternehmen und Bewerber von Mo.-Sa., 7:00 – 22:00 Uhr.
- *Monatliches Reporting* mit umfassender Aktivitäts- und Leistungsbeschreibung sowie Kosten- und Ergebnisberichtserstattung für alle Kapitalgeber.
- *Einbindung der Fachhochschule der Bundesanstalt für Arbeit* in Mannheim und Schwerin zur wissenschaftlichen Begleitung und zur Evaluation, aber auch zur Projektarbeit („Case Method“) durch Studenten sowie der Mitwirkung bei der Schulung des Personals. Auch die Entwicklung eines „Frage-Antwort“-Service für Arbeitssuchende mit Präsentation der FAQ im Internet könnte ein Beitrag der FH sein.

Ressourcen für die Startphase

Die Company sollte mit 15 Mitarbeiter(innen) ihre Geschäftstätigkeit aufnehmen, die sich funktionsbezogen wie folgt verteilen:

- 3 Stellenakquisiteure, darunter ein Key Account Manager
- 7 Jobmanager, darunter ein/e Profilingberater/in
- 2 Administration und Service (Office Management)
- 1 Netzwerkmanager (Arbeitsamt, Städte, Kammern, regionale Akteure)
- 1 CC-Manager (Communication & Cooperation, PR, Talentmarketing, Weiterbildung, Matching-technologie)
- 1 verantwortlicher Business Manager

Die **Entlohnung** der Akquisiteure und Jobmanager erfolgt zu 80 % fix und 20 % variabel, gemäß der mit ihnen getroffenen Zielvereinbarung als Budget-Soll in bezug auf die Anzahl der zu akquirierenden Stellen bzw. der zu realisierenden Vermittlungen in der geforderten Zeitschiene und dem definierten Qualitätsniveau. Die Entlohnung des Business Managers erfolgt zu 70 % fix und zu 30 % variabel gemäß der mit ihm vereinbarten Ziele. Ausgehend von einem Personalvolumen von 15 Mitarbeitern ist von Kosten in Höhe von Mio. 2,0 bis 2,25 EURO p.a. auszugehen. Der genaue **Kapitalbedarf** wird auf der Basis eines Activity-Based-Budgets und eines Business-Plans ermittelt. Dieses Kapital wird insbesondere von den oben genannten Systempartnern aufgebracht.

Einnahmequellen

Auf der **Einnahmenseite** könnten sich folgende Faktoren positiv niederschlagen:

- Die FairJobCompany erzielt Umsätze durch Vermittlungsprovisionen nach einem innovativen Prämienjobmodell sowie Anzeigenschaltungen in den von ihr betriebenen lokalen/regionalen Stellenbörsen. Erwirtschaftete Überschüsse können arbeitsmarktfördernd reinvestiert werden.
- Erstattung des Betreuungsaufwandes für Arbeitslose durch die Arbeits- und Sozialämter.
- Vergütung der Durchführung von Maßnahmen im Auftrag des Arbeitsamtes und der Sozialämter (z.B. Gruppeninformationen, Profilingveranstaltungen).
- Spenden.

Weitere Informationen

www.talentmarketing.de

www.arbeit-fuer-hamburg.de

www.praemienjob.de

www.pko.de

Egle, F., Bens, W., Scheller, C.: Talentmarketing – Strategien für Job-Search und Selbstvermarktung, Gabler Verlag Wiesbaden, 2001.

Prof. Dr. Franz Egle, Mannheim

2002-03-05